

200 Jahre Brockhaus

Geschichte und Gegenwart eines großen Lexikons

| ULRICH HOHOFF | „Der Brockhaus“ war über Jahrhunderte fester Bestandteil jeder guten Hausbibliothek. Er gehörte zum Bildungsbürgertum wie eine Goethe- oder Schillerausgabe. Wie ist die Idee zum Brockhaus entstanden? Wie kam es zu diesem einzigartigen Bucherfolg und welche Zukunft hat ein gedrucktes Lexikon in Zeiten von Wikipedia noch?

Unter den Nachschlagewerken im Büro und zuhause ist der „Brockhaus“ seit Generationen ein Klassiker. Wer Informationen über Begriffe sucht, die ihm neu sind, über Persönlichkeiten, von denen man nur den Namen hat, über Länder oder über historische Ereignisse, greift gerne auf ihn zurück, denn „der Brockhaus“ ist eine Qualitätsmarke. Das Allgemeinwissen ist über die Jahrzehnte rapide angewachsen und der „Brockhaus“ wuchs mit. Die letzte Ausgabe von 2005/2006 enthält 300 000 Stichwörter auf 24 500 Seiten. Das erste „Conversationslexikon“ des Verlags Brockhaus aber kam bereits 1808 vor 200 Jahren auf den Markt. Das Jubiläum ist ein Anlass, um den Blick zurück, aber auch nach vorne zu richten.

Buchhändler bezeichnen den Brockhaus heute nicht mehr als Lexikon, sondern als Enzyklopädie. Worin liegt der Unterschied? Lexikon ist ein altgriechisches Wort. Es bezeichnet alles, was zu einem Wort gehört, also Worterklärungen, die eher kurz sind, nur einige Zeilen. Im Gegensatz dazu steckt in dem Wort „Enzyklopädie“ die griechische Bezeichnung für den Bildungskreis, den ein freier junger Mann durchlaufen sollte, bevor er berufstätig wurde.

Die Enzyklopädie verfolgt ein anspruchsvolles Ziel. Sie schreitet die Gebiete des Wissens in toto ab und beschreibt sie im notwendigen Umfang. Sie vermittelt dem Leser ein allgemeines Bildungsfundament.

Die Entwicklung des Lexikons

Der Begründer des Lexikons ist Friedrich Arnold Brockhaus (1772-1823), ein Kaufmann aus Dortmund, der 1805 in Amsterdam mit Freunden eine Verlagsbuchhandlung gründete. Schon beim ersten Objekt, der literarisch-politischen Zeitschrift „De Ster“ (Der Stern), gab es Probleme mit der Zensur. Drei Jahre später – 1808 – hatte der Verlag bereits ein reiches Buchprogramm aufgelegt. Brockhaus fuhr zur Buchmesse nach Leipzig und kaufte dort die Rechte an einem Lexikon, das seit 1796 erschien, dessen Herausgeber aber verstorben war. Er ließ es noch im selben Jahr mit Band 6 komplettieren und unter dem Titel „Conversationslexikon mit vorzüglicher Hinsicht auf die gegenwärtigen Zeiten“ erscheinen.

Warum der Verleger in ein abgebrochenes Lexikon investierte, erklärt ein Blick auf den Bildungsstand der Zeit. Im Gefolge der Aufklärung war das Interesse an Lesestoff sprunghaft angestiegen. Auch die zunehmende Schulpflicht trug dazu bei. Um 1800 konnten etwa 15 Prozent der Deutschen einfache Texte lesen, um 1830 waren es bereits doppelt so viele. Auch die Buchproduktion explodierte: Bis 1800 erschienen innerhalb von 20 Jahren 115 Nachschlagewerke, viermal so viele wie im Zeitraum davor.

Als „enzyklopädisches Zeitalter“ gilt mit Recht das 18. Jahrhundert. Damals erschien in Frankreich die berühmte „Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné...“ von Denis Diderot und Jean d'Alembert in 35 Prachtbänden (1751-1780), ein gewaltiges Monument der Aufklärungsbewegung. In Deutschland brachte der Verleger Johann Heinrich Zedler das „Große vollständige Universal-Lexikon“ (1732-1754) heraus, mit 62 000 Seiten bis heute das umfangreichste Lexikon überhaupt. Beide Enzyklopädien waren aber teuer und hatten keine große Auflage. Ein kürzeres Konversationslexikon dagegen war für lesehungrige Bürger, die sich damals vielerorts zu Lesegesellschaften zusammenfanden oder die Salons besuchten, bezahlbar. Es ging den Lexikonmachern zunächst weniger um das Wissen mit akademischem Anspruch als um „allerhand zum täglichen Politischen Umgange mit gescheuten Leuten unentbehrliche Stücke der galanten Gelehrsamkeit“, wie der Leipziger Schulrektor Hübner schon 1704 in seinem Konversationslexikon schrieb, das zum Muster späterer Ausgaben wurde. Er ordnete die Stichworte nicht wie üblich systematisch, sondern alphabetisch an.

Auch im ersten Brockhaus heißt es, man wolle auf keinen Fall vollständige Kenntnisse zu einem Gebiet bieten, sondern nur „eine Art von Schlüssel, um sich dem Umgang in gebildete Zirkel und in den Sinn guter Schriftsteller zu öffnen“.

Die Artikel des frühen „Brockhaus-Conversationslexikons“ waren in einem neuen, eher essayistischen und trotzdem die Argumente abwägenden Stil verfasst. Der Verlagsgründer hatte ihn entwickelt, alle Mitarbeiter hatten ihn zu lernen. Der Germanist Walther Killy lobte diesen Stil einmal als „die Sprache

AUTOR

Dr. Ulrich Hohoff, Direktor der Universitätsbibliothek Augsburg. Er ist Vorsitzender des Vereins Deutscher Bibliothekare (VDB).





des gebildeten Deutschland der klassischen Zeit, Festschreibung imaginärer Gespräche mit einem imaginären Publikum.“ Das Niveau der Beiträge im Konversationslexikon war auch deshalb hoch, weil es gelang, bekannte deutsche Dichter als Mitarbeiter zu gewinnen, z.B. Gustav Schwab in Stuttgart, Wilhelm Müller – den Dichter der „Winterreise“ – in Dessau und den Lyriker Kosgarten in Hamburg. Ein eleganter, lesbarer Stil ist für Redaktionen noch heute eines der Hauptkriterien für einen guten Lexikonartikel.

Das Geheimnis des Erfolgs

Brockhaus übte fünf Tätigkeiten gleichzeitig aus: Verleger von Büchern und Zeitschriften, Herausgeber, Chefredakteur, Lexikon-Redakteur und Journalist. Die Überlastung zehrte an seiner Gesundheit, und Brockhaus starb bereits 1823 mit 51 Jahren. Ein Störfaktor für das Lexikon waren die zahlreichen unberechtigten Nachdrucke. Es gab damals noch kein Urheberrecht im heutigen Sinn. Brockhaus reagierte mit der Erfindung von Zusatzbänden. Sie machten sein Lexikon umfangreicher und aktueller als die Nachdrucke. Er hinterließ seinen Söhnen ein florierendes Unternehmen, das seit 1818 im

Leipziger Osten, im späteren Buchhändlerviertel ansässig war. In der Folgezeit expandierte der Verlag laufend und führte drucktechnische Neuerungen wie die Schnellpresse sofort ein. Um 1850 gab die Industrialisierung dem Verlag einen weiteren Schub. Damals mussten Brockhaus und sein Leipziger Konkurrent, das bibliographische Institut Meyer, den Lexikonmarkt mit rund 50 weiteren Verlagen teilen. Doch die Zeit des zweiten deutschen Kaiserreichs ab 1871 war gut für den Verlag und sein Lexikon.

Brockhaus konzentrierte sein Programm auf das Konversationslexikon und auf Reiseliteratur und wurde darüber zum Millionär. Er besaß um 1890 die größte Druckerei Deutschlands, eines der größten Verlagshäuser in Europa und war Vorsteher des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler.

Wissen ist Macht

Damals etablierte sich das Bildungsbürgertum. Wer dazu gehören wollte, musste das nötige Wissen erwerben, und das alte Sprichwort „Wissen ist Macht“ wurde wörtlich genommen. Der Brockhaus stand inzwischen in jeder Bibliothek und in jedem Studierzimmer. Die 13. Auflage in den 1880er Jahren verkaufte

Besuch des Verlegers mit seiner Gattin Alice im „Maschinensaal“ der Druckerei, 1870

sich bereits 91 000 mal. Die Redaktion für das Lexikon wurde auf 25 hauptamtliche Mitarbeiter verstärkt, die sich auf 500 freie Mitarbeiter, unter ihnen viele Wissenschaftler, stützen konnten. Die Firma Brockhaus wuchs und wuchs. Sie verfügte z.B. über Niederlassungen in Berlin, Wien, Paris, London (der „Brockhaus“ stand Pate für die Chambers' Encyclopaedia) und Sankt Petersburg (wo mit einem Partner das größte russische Lexikon entwickelt wurde).

Zum Verkaufserfolg trug damals eine neue Form des Buchvertriebs, der sogenannte Kolportagebuchhandel, wesentlich bei. Der Kolporteur war ein reisender Verkäufer. Er kam bis ins kleinste Dorf und klopfte an jede Haustür. Seine Ware war nicht das Buch, sondern dessen Lieferung in Heftform. Übrigens verdanken viele Bucherfolge der wilhelminischen Ära ihren Erfolg der Kolportage, etwa die Unterhaltungsromane von Eugenie Marlitt und von Karl May. Der Kunde unterschrieb eine Fortsetzungsbestellung für den „Brockhaus“

und erhielt wöchentlich ein Heft zu 50 Pfennig. Nach 16 Wochen war der erste Lexikonband komplett, nach vier Jahren der komplette Brockhaus mit 17 586 Seiten. Die Kolportage war ein Gewinnbringer: 80 Prozent aller Verkäufe des Konversationslexikons wurden an der Haustür getätigt.

Die 14. Auflage vor dem 1. Weltkrieg erreichte sogar 300 000 verkaufte Exemplare, weil man längst auch das kleinbürgerliche Publikum gewonnen hatte. In der Weimarer Republik war der „Große Brockhaus“, wie er inzwischen hieß, auf 20 Bände angewachsen. Die von 1928 bis 1933 erschienene Auflage ist für ihre Qualität berühmt; sie enthält bereits 40 000 Abbildungen. Im Dritten Reich erschien 1939 Band eins einer Neuauflage, die im Sinn der Partei gesäubert und umgearbeitet war. Rund 100 Artikel hatte die Behörde für die Fortsetzung dieser Ausgabe hat der Beginn des 2. Weltkriegs verhindert. Der schwerste Schlag in seiner Geschichte traf das Familienunternehmen Brockhaus aber Ende 1943, als das Herz des deutschen Buchhandels, das Buchhändlerviertel in Leipzig, durch Bomben in Schutt und Asche gelegt wurde. 80 Prozent der Gebäude, der Maschinen und der Lagerbestände waren unbrauchbar. Damals entschied sich Hans Brockhaus gegen den Willen seines Bruders Fritz, den Verlag nach Wiesbaden zu verlegen. Es kam erst zur Teilung des Verlags und 1952 zur Enteignung des Leipziger Verlegers. Nur Wiesbaden führte die Tradition des großen Lexikons fort. Bis in die 1980er Jahre wurde es dreimal grundsätzlich überarbeitet. Seit 1993 ist wieder Leipzig Sitz der Verlagsgruppe (Brockhaus, Meyer und Duden) und Standort der Brockhaus-Redaktion, in Mannheim sind Druckerei und Vertrieb angesiedelt.

Zukunftsfähig?

Seit der Mitte der 90er Jahre stellt sich den Verlagen für umfangreiche allgemeine Nachschlagewerke die Frage, ob Produkte wie die Brockhaus-Enzyklopädie in den Zeiten des Internets noch eine Zukunft haben. Denn der redaktionelle Aufwand für Planung, Organisation und Qualitätskontrolle der Artikel ist hoch, die Herstellungskosten sind es auch. In einer Umfrage von 1998 unter Buchkäufern sagten noch 86 Prozent, in einen Haushalt gehöre ein gedrucktes Lexikon. Nach langem Warten legte zunächst die französische Encyclopaedia

Universalis 2002 eine neue gedruckte Ausgabe vor (18 Bände). 2003 folgte die Encyclopedia Britannica (32 Bände). Brockhaus entschied sich dafür, eine 30-bändige gedruckte Ausgabe zu produzieren, die 2005/2006 erschienen ist: 24 500 Seiten, alterungsbeständiges Spezialpapier, in Leinen gebunden, mit Goldschnitt und zu einem Preis von 2 670 Euro. Dazu gab es zwei DVDs mit dem vollen Text, die fürs Büro und für die junge Generation gedacht waren. Sie enthalten auch zusätzliche Register,

»1998 gaben noch 86 Prozent der befragten Buchkäufer an, in einen Haushalt gehöre ein gedrucktes Lexikon.«

einen Globus zur Ortssuche, Bilder, ein Tonarchiv und ein Videoarchiv. Der Käufer erhielt außerdem einen personalisierten Zugang zum Online-Portal der Enzyklopädie. Dort sind alle Artikel verlinkt und einige aktualisiert und es gibt weitere Angebote. Doch der Absatz dieser Kombination aus Papier-, DVD und Online-Angebot blieb hinter der Planung zurück. Im Februar 2008 enthielt Brockhaus, man habe mit der Druckauflage mehrere Millionen Euro verloren. Der Sprecher meinte, die Zeit, in der man sich eineinhalb Meter Enzyklopädie ins Buchregal stellte, sei wahrscheinlich auch für den Brockhaus vorbei.

Ende 2007 hatte bereits ein Testergebnis Aufsehen erregt, weil im Vergleich der Nachlagewerke erstmals das Internet-Lexikon Wikipedia besser abschnitt als der „Brockhaus“. Allerdings ist anzumerken, dass nicht die große Ausgabe zum Vergleich herangezogen worden war, sondern die 15-bändige. Aus diesem Anlass kreierte die Tageszeitung „Die Welt“ das Wort „Lexitus“ als Bezeichnung für das Ende des großen Lexikons, wie wir es kannten.

Die Hauptkriterien für gute Information im Kontext der Wissenschaft dürften Qualität, Aktualität, Umfang und Preis sein. Die Wikipedia, in deren Bezeichnung die Enzyklopädie ja fortlebt, bietet sich für sehr viele Fragen als erste Informationsquelle an und ihre Aktualität ist beachtlich. Aber das Qualitätsproblem ist nicht gelöst, solange noch jeder Nutzer täglich seine Informationen und Ansichten einstellen und verändern kann. Eine Redaktion, die für korrekte Information garantiert und mit Fachspezialisten zusammenarbeitet,

wird immer Kosten verursachen, die wieder einzuspielen sind. Zur Qualität gehört auch die Gewissheit, dass das Medium dauerhaft zugänglich sein wird und dass man auf den früheren Wissensstand noch zugreifen kann.

Die Wikipedia und andere Nachschlagewerke im Internet sind aber auch deswegen so beliebt, weil sie kostenlos verfügbar sind. Das ist ein entscheidender Punkt. Denn die Verlage sind sich auch noch nicht sicher, ob und inwieweit der bezahlte Einzelartikel mit garantierter Qualität im Internet zu einem tragfähigen Geschäftsmodell beiträgt. Vermutlich wäre der Inhalt großer Nachschlagewerke in einem gemeinsamen Portal mit anderen Verlagsangeboten gut aufgehoben. Es könnte aber sogar sein, dass solche Überlegungen bereits zu spät kommen. Denn auch der Umfang der Wikipedia macht der Konkurrenz zu schaffen. Vermutlich kann kein Verlagsportal heute mehr Information zum Nachschlagen in jenem gewaltigen Umfang bieten, den die Wikipedia durch ihr Mitmach-Prinzip bereits heute erreicht hat – abgesehen von zusätzlichen multimedialen Inhalten (Texte, Bilder, Tonaufnahmen, Filmaufnahmen, Wikis etc.), die mit den Texten verlinkt werden. Aber wird die Wikipedia kostenlos bleiben?

Manchem Liebhaber vielbändiger gedruckter Enzyklopädien sind solche Überlegungen egal. Der amerikanische Journalist und Herausgeber der Zeitschrift „Esquire Magazine“, A.J. Jacobs, hat uns vorexerziert, was wahre Liebe zu einer Enzyklopädie bedeutet. Vor vier Jahren startete er einen Selbstversuch und las die Encyclopedia Britannica in einem Zuge durch, vom ersten Stichwort bis zum bis letzten (33 000 Seiten, 44 Milliarden Wörter). Das kostete ihn 15 Monate seines Lebens. Er sagt, er habe es nicht bereut. Das Ergebnis seiner Bildungsbemühungen ist – wie könnte es anders sein – ein dickes Buch, das seine Lesefrüchte aus der Enzyklopädie versammelt (A.J. Jacobs: Britannica & ich, 2006). Auch über solche Umwege kann das Unternehmen Enzyklopädie, wie der „Brockhaus“ seit 200 Jahren, noch unser Wissen und unsere Bildung fördern.